

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkan dengan konsumen. Instansi dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dicapai.

Kepadatan masyarakat di Kota Malang menyebabkan banyaknya peluang bisnis, dan ini menyebabkan persaingan bisnis barang dan jasa. Kepadatan penduduk ini berhubungan dengan kebutuhan masyarakat dan membuat persaingan bisnis khususnya pada sisi jasa sangat tinggi, seperti tingkat kendaraan umum yang tinggi, menyebabkan peluang bisnis kendaraan umum diminati masyarakat. Kemacetan lalu lintas dihasilkan karena semakin meningkatnya volume kendaraan dari tahun ke tahun berikutnya. Akibatnya banyak kegiatan masyarakat yang terganggu atau tertunda karena kemacetan lalu lintas ini.

Sewaktu kuliah ada temannya yang kesulitan untuk memesan taksi ”Apa yang salah dengan sistem taksi di negerimu?” tanya temannya itu. “Kakek buyutmu kan

sopir taksi dan kakekmu juga yang memulai industri mobil jepang di Malaysia, jadi kamu harusnya berbuat sesuatu untuk mengatasi masalah itu” tambah temannya.¹

Layanan pemesanan taksi dengan aplikasi bernama GrabTaxi. Awalnya adalah MyTeksi, lalu diubah menjadi GrabTaxi tahun 2012, danyang terakhir adalah namanya berubah menjadi Grab hingga saat ini. Untuk GrabBike di Indonesia sekitar akhir 2014 sudah dioperasikan.

Kota Malang adalah satu kota yang masyarakatnya menggunakan jasa transportasi online pada sebagian besar khususnya Grab. Munculnya jasa transportasi online ini adalah untuk mengurangi tingkat kemacetan yang ada di Kota Malang. Seperti yang dilansir dari dalam artikel ”Kemacetan di Kota Malang Memprihatinkan”. Didalam artikel tersebut dijelaskan bahwa kemacetan di Kota Malang mengalahkan Kota Surabaya yang *notabane* nya Ibu Kota Jawa Timur, kota kedua terbesar di Indonesia. Pada jam sibuk kemacetan naik menjadi 27% dibandingkan dengan luar jam sibuk yaitu 24%.² Jumlah penduduk Kota Malang yaitu 49.32% Laki-laki dan 50.68% Perempuan dari total keseluruhan 861.414 jiwa pada tahun 2017.³

Transportasi online yang ada saat ini dapat mempengaruhi keinginan masyarakat dalam memilih jenis kendaraan. Sebab, beberapa masyarakat saat ini cenderung memilih transportasi online daripada transportasi konvensional seperti ojek pangkalan, angkutan kota (angkot), maka timbulah pro dan kontra kemunculan transportasi online di Kota Malang. Sebuah artikel yang berjudul ”Warga Malang

¹ Inet.detik.com/cyberlife [diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 01.00 WIB]

² suryamalang.tribunnews.com [diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 01.30 WIB]

³ malangkota.bps.go.id [diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 02.10 WIB]

Telah Beralih ke Transportasi Online” menjelaskan bahwa kenapa masyarakat lebih memilih transportasi online.⁴

Sebagai contoh untuk yang pro dengan keberadaan transportasi online di Kota Malang, ada yang memilih karena praktis, dan ada juga yang lebih mementingkan efisiensi waktu. Sebagian masyarakat mengatakan bahwa menggunakan transportasi online lebih mudah. Untuk yang kontra tentu saja dari supir angkot itu sendiri dan juga tukang ojek pangkalan.

Penelitian ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dari sisi penjualan jasa dan adanya pilihan di kalangan masyarakat dalam menggunakan fasilitas kendaraan umum. Sebagian masyarakat yang tidak mengerti menggunakan teknologi lebih mementingkan menggunakan transportasi tradisional, sedangkan masyarakat yang mengerti menggunakan teknologi lebih mementingkan menggunakan transportasi modern.

Ilmu pengetahuan yang luas khususnya dalam bidang bisnis memiliki beberapa pemahaman dari teori terdahulu, peneliti menggunakan teori dari Yusuf Qardhawi, dalam teori ini memiliki indikator-indikator yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan fenomena yang ada saat ini di Kota Malang, maka peneliti perlu membuat analisis tentang “persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi”.

⁴ malangtimes.com [diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 02.20 WIB]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi.

1.4 Manfaat Penelitian

Melihat tujuan penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka manfaat dalam penelitian ini meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dan memahami mengenai persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi.
- b. Bisa dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, dan juga berhubungan dengan persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Objek Penelitian

Sebagai masukan bagi Grab dalam fasilitas dan keamanan agar lebih di tingkatkan lagi bagi *drivernya*.

b. Bagi Pelaku Usaha

Untuk menabuh ilmu pengetahuan, referensi dan juga wawasan pelaku usaha yang sejenis dalam mempertahankan persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi.

1.4.3 Manfaat Akademis

Dalam penelitian ini bisa menjadi pedoman untuk pengembangan dalam hal persaingan usaha transportasi tradisional dengan transportasi modern dalam perspektif etika bisnis Yusuf Qardhawi.

